

**Prüfungs- und Studienordnung für den Master-Fernstudiengang
Vertrieb und Marketing / Sales and Marketing
der Hochschule Wismar
University of Applied Sciences: Technology, Business and Design**

Vom 17. April 2015

zuletzt geändert durch die Fünfte Satzung zur Änderung der Prüfungs- und Studienordnung für den Master-Fernstudiengang Vertrieb und Marketing / Sales and Marketing der Hochschule Wismar, University of Applied Sciences: Technology, Business and Design vom 23. April 2019

Inhaltsverzeichnis

I. Allgemeine Bestimmungen

§ 1 Geltungsbereich

II. Allgemeines

§ 2 Regelstudienzeit

§ 3 Abschlussgrad

§ 4 Zugangsvoraussetzungen

III. Prüfungen

§ 5 Prüfungsausschuss

§ 6 Arten der Prüfungsleistungen

§ 7 Ablegen von Modulprüfungen

§ 8 Bewertung der einzelnen Prüfungsleistungen, Bildung von Noten

§ 9 Wiederholung von Prüfungen

IV. Masterarbeit, Mastersymposium

§ 10 Masterarbeit, Mastersymposium

§ 11 Bestehen der Masterprüfung und Bildung der Gesamtnote

V. Studienordnung

§ 12 Zweck der Studienordnung

§ 13 Ziele des Studiums

§ 14 Studienbeginn

§ 15 Gliederung des Studiums

§ 16 Inhalt des Studiums

§ 17 Lehr- und Lernformen

§ 18 Studienberatung

VI. Schlussbestimmungen

§ 19 Übergangsbestimmungen

§ 20 Inkrafttreten

Anlage 1 Prüfungsplan

Anlage 2 Studienplan

Anlage 3 Diploma Supplement

I. Allgemeine Bestimmungen

§ 1

Geltungsbereich

(§ 1 Rahmenprüfungsordnung)

Diese Prüfungs- und Studienordnung gilt für den weiterbildenden Master-Fernstudiengang Vertrieb und Marketing / Sales and Marketing der Hochschule Wismar, University of Applied Sciences: Technology, Business and Design. Die Rahmenprüfungsordnung der Hochschule Wismar ist unmittelbar anzuwenden, soweit diese Prüfungs- und Studienordnung keine eigenen Vorschriften enthält.

II. Allgemeines

§ 2

Regelstudienzeit

(§ 2 Rahmenprüfungsordnung)

Die Regelstudienzeit beträgt vier Semester. Sie umfasst die theoretischen Studiensemester, die Modulprüfungen sowie die Bearbeitungszeit für die Master-Thesis.

§ 3

Abschlussgrad

(§ 3 Rahmenprüfungsordnung)

Aufgrund der bestandenen Masterprüfung wird der akademische Grad „Master of Arts“ (M.A.) verliehen.

§ 4

Zugangsvoraussetzungen

(§ 4 Rahmenprüfungsordnung)

(1) Voraussetzung für die Zulassung zum weiterbildenden Masterstudium Vertrieb und Marketing / Sales and Marketing ist ein erster akademischer Abschluss mit mindestens 210 Credits, der an einer nationalen oder internationalen Hochschule erworben wurde. Kann die Anzahl von 210 Credits nicht nachgewiesen werden, ist es möglich, auf Antrag eine zu den Zugangsvoraussetzungen zusätzliche einschlägige Berufspraxis von 1 1/2 Jahren (in Vollzeit) oder 3 Jahren (in Teilzeit) mit maximalen 30 Credits anzurechnen. Im Einzelfall ist es auch möglich, über den Besuch von Veranstaltungen an der Hochschule Wismar vor Aufnahme des Studiums weitere Credits zu erwerben. Hierüber entscheidet das Prüfungsamt auf Antrag. Die zu wählenden Module werden vom Studiengangverantwortlichen festgelegt. Weiterhin ist für die Zulassung eine mindestens einjährige einschlägige kaufmännische Berufspraxis in den Gebieten:

1. Management,
2. Vertrieb,
3. Marketing oder
4. Betriebliche Steuerung/betriebliches Management

nachzuweisen. Im Zweifelsfall entscheidet der Prüfungsausschuss, ob die Zulassungsvoraussetzungen erfüllt sind.

(2) Im Rahmen des vorherigen Hochschulstudiums müssen mindestens so viele Leistungspunkte erworben worden sein, dass deren Summe unter Einschluss der 90 Credits für den Master insgesamt mindestens 300 Credits ergeben. Ist diese Voraussetzung nicht erfüllt, besteht die Möglichkeit, Berufserfahrung, die über den in

Absatz 1 genannten zeitlichen Umfang hinausgeht, mit zusätzlich 30 Credits anzuerkennen, sofern die weitere Berufserfahrung mindestens ein Jahr umfasst. Der Prüfungsausschuss entscheidet im Zweifelsfall, ob die Berufserfahrung ausreichend für die Aufnahme des Masterstudiums ist.

III. Prüfungen

§ 5

Prüfungsausschuss

(§ 5 Rahmenprüfungsordnung)

An der Hochschule Wismar wird ein Prüfungsausschuss für das Fernstudium gebildet. Er ist für alle das Prüfungsverfahren betreffende Aufgaben und Entscheidungen des Prüfungswesens sowie für die weiteren durch diese Ordnung zugewiesenen Aufgaben zuständig.

§ 6

Arten der Prüfungsleistungen

(§ 6 Rahmenprüfungsordnung)

(1) Die Prüfungsart und der Umfang sind im Prüfungsplan (Anlage 1) festgelegt. Folgende Arten von Prüfungsleistungen können erbracht werden:

- a) Mündliche Prüfung,
- b) Schriftliche Prüfung (Klausur 120 Minuten),
- c) Referat/Präsentation,
- d) Planspiel,
- e) Projektarbeit,
- f) Hausarbeit,
- g) Alternative Prüfungsleistung (APL). Das können die oben genannten, eine Mischform daraus oder eine andere, gleichwertige Prüfungsleistung sein.

(2) Ein Referat ist eine eigenständige systematische Aufarbeitung eines Themas oder Themengebietes im Lehr- und Lernzusammenhang einer Lehrveranstaltung. Die Prüfungsleistung ist durch eine schriftliche Ausarbeitung sowie die mündliche Präsentation der Ergebnisse mit anschließender Diskussion zu erbringen. Form, Umfang und Zeitpunkt der zu erbringenden Leistungen werden vom jeweiligen Lehrenden festgelegt.

(3) Durch Projektarbeiten soll die Fähigkeit zur Entwicklung, Durchsetzung und Präsentation von Problemlösungen, Handlungsanleitungen und Konzepten sowie ggf. zur Arbeit im Team unter Beweis gestellt werden. Die Bearbeitungszeit für Projektarbeiten beträgt mindestens sechs Wochen und höchstens sechs Monate. Bearbeitungszeit und Umfang der Projektarbeit wird vom jeweiligen Lehrenden festgelegt.

(4) Ein Planspiel dient zur langfristigen Unternehmensplanung durch Simulation eines Unternehmens. Das Planspiel wird über einen Zeitraum von zehn bis zwölf Wochen Long-Distance in Gruppen gespielt. Am Ende der Spielphase müssen die Gruppen ihre eigenen Planungen und Ergebnisse präsentieren.

(5) Die Modulprüfungen setzen sich aus den im Prüfungsplan (Anlage 1) angegebenen Prüfungsleistungen zusammen.

(6) Die Studierenden wählen im zweiten Semester die Spezialisierung Marketing **oder** Vertrieb. Module aus den Spezialisierungen können **nicht** frei kombiniert werden.

Spezialisierung Marketing

- Strategisches Marketing
- Brand Management
- Online-Marketing
- Marktforschung
- Internationales Marketing

Spezialisierung Vertrieb

- Cross-Channel-Management
- Verkaufspsychologie
- After Sales Management
- Vertriebsführung
- Internationaler Vertrieb

Gemäß der Spezialisierung müssen die entsprechenden fünf Module belegt werden.

§ 7

Ablegen von Modulprüfungen (§ 12 Rahmenprüfungsordnung)

- (1) Einen Anspruch auf Bewertung von Prüfungsleistungen haben nur Kandidaten, die sich fristgerecht zu der jeweiligen Modulprüfung angemeldet haben. Die Anmeldefrist endet zwei Wochen vor dem Beginn des jeweiligen Prüfungszeitraums.
- (2) Die Anmeldung zu einer Modulprüfung kann bis spätestens eine Woche vor dem jeweiligen Prüfungstermin ohne Angabe von Gründen durch elektronische oder schriftliche Erklärung gegenüber dem Prüfungsamt zurückgenommen werden.
- (3) Die Unterrichtssprache in den einzelnen Modulen des Studiengangs und bei der Abnahme von Prüfungen ist in der Regel Deutsch. Das Modul „Internationales Marketing“ kann bei ausreichender Nachfrage zusätzlich auf Englisch durchgeführt und die Prüfung auf Englisch abgenommen werden. Voraussetzung für die Teilnahme an dem englischsprachigen Modul ist der Nachweis ausreichender englischer Sprachkenntnisse, die in der Regel durch ein Sprachzeugnis mindestens auf der Stufe B2 des Gemeinsamen europäischen Referenzrahmens für Sprachen oder die Ablegung des Fachs Englisch als Leistungs- oder Grundkurs in der Abiturprüfung nachgewiesen werden.

§ 8

Bewertung der einzelnen Prüfungsleistungen, Bildung von Noten (§ 16 Rahmenprüfungsordnung)

- (1) Prüfungsleistungen sind wie folgt zu bewerten:

1,0; 1,3	= sehr gut	= eine hervorragende Leistung,
1,7; 2,0; 2,3	= gut	= eine Leistung, die erheblich über den durchschnittlichen Anforderungen liegt,
2,7; 3,0; 3,3	= befriedigend	= eine Leistung, die durchschnittlichen Anforderungen entspricht,
3,7; 4,0	= ausreichend	= eine Leistung die trotz ihrer Mängel noch den Anforderungen entspricht,
5,0	= nicht ausreichend	= eine Leistung, die wegen ihrer Mängel den Anforderungen nicht mehr genügt.

- (2) Besteht eine Modulprüfung aus mehreren Prüfungsleistungen, errechnet sich die Modulnote aus dem Durchschnitt der Noten der einzelnen Prüfungsleistungen unter Berücksichtigung ihrer Gewichtung gemäß der Credits:

$$\text{Modulnote} = \frac{\text{Summe (Prüfungsleistungen * CR)}}{\text{(Summe der CR)}}$$

(3) Die Bewertung einer schriftlichen Prüfungsleistung ist spätestens sechs Wochen nach Erbringung der Prüfungsleistung bekannt zu geben.

§ 9 **Wiederholung von Prüfungen** (§ 19 Rahmenprüfungsordnung)

Nicht bestandene Modulprüfungen können zweimal wiederholt werden.

IV. Masterarbeit, Mastersymposium

§ 10 **Masterarbeit, Mastersymposium** (§§ 20 und 21 Rahmenprüfungsordnung)

- (1) Zur Master-Thesis wird zugelassen, wer mindestens 55 Credits erworben hat.
- (2) Die Bearbeitungszeit der Master-Thesis beträgt 20 Wochen. Auf begründeten Antrag des Kandidaten kann der Prüfungsausschuss die Bearbeitungszeit verlängern. Im Regelfall soll die Verlängerung nicht mehr als zwei Wochen betragen. In besonderen Härtefällen, in denen der Kandidat durch von ihm nicht zu vertretende Gründe an der fristgemäßen Fertigstellung der Master-Thesis gehindert ist, soll die Verlängerung die Hälfte der Bearbeitungszeit nicht überschreiten. Als besondere Härtefälle sind insbesondere anzusehen:
 1. länger andauernde Erkrankung,
 2. Schwangerschaft und
 3. Einberufung zum Wehrdienst oder zu Wehrübungen.
- (3) Das Thema der Arbeit kann nur einmal und innerhalb der ersten vier Wochen der Bearbeitungszeit zurückgegeben werden. Der Prüfungsausschussvorsitzende stellt sicher, dass der Kandidat das neue Thema innerhalb von sechs Wochen erhält.
- (4) Als Vorleistung für die Master-Thesis kann der Studierende ein Mastersymposium absolvieren. Das Mastersymposium wird nicht bewertet.
- (5) Die Master-Thesis ist in deutscher oder englischer Sprache abzufassen.
- (6) Die Master-Thesis ist fristgemäß beim Prüfungsamt in dreifacher schriftlicher Ausfertigung und einer auf einem für die elektronische Datenverarbeitung geeigneten Medium gespeicherten Fassung abzugeben.
- (7) Die Master-Thesis ist innerhalb von sechs Wochen nach ihrer Abgabe zu bewerten.
- (8) Ist die Differenz der von den Gutachtern vergebenen Noten größer als 2,0, bestellt der Vorsitzende des Prüfungsausschusses einen dritten Gutachter, der im Rahmen der Bewertungsvorschläge von Erst- und Zweitgutachter die Note endgültig festsetzt.
- (9) Die Note des Kolloquiums geht mit einem Anteil von 25 % in die Note für die Master-Thesis ein.

§ 11
Bestehen der Masterprüfung und Bildung der Gesamtnote
(§ 22 Rahmenprüfungsordnung)

- (1) In die Gesamtnote fließen die nach Credits gewichteten Modulnoten und die gewichtete Gesamtnote der Master-Thesis ein. Die Note der Master-Thesis geht mit 25 % und der Notendurchschnitt der Modulprüfungen mit 75 % in die Gesamtnote ein.
- (2) Bei der Gesamtnote wird nur die erste Stelle hinter dem Komma berücksichtigt; alle weiteren Stellen werden ohne Rundung gestrichen.

V. Studienordnung

§ 12
Zweck der Studienordnung

Die Studienordnung dient der Information und Beratung der Studierenden im Hinblick auf eine sinnvolle Gestaltung des Studiums. Sie ist zugleich Grundlage für die studienbegleitende fachliche Beratung der Studierenden und für die Planung des Lehrangebots durch die Fakultät.

§ 13
Ziele des Studiums

- (1) Das Masterstudium Vertrieb und Marketing / Sales and Marketing ist als berufsbegleitendes und berufsintegrierendes Fernstudium konzipiert, wobei die Teilnehmer neben dem Selbststudium auch zu den regelmäßigen Präsenzveranstaltungen zu erscheinen haben.
- (2) Die Hochschule Wismar vermittelt durch das Masterstudium die Zusammenhänge des Faches und versetzt Studierende in die Lage, selbstständig auch komplexe Probleme im Kontext der betriebswirtschaftlichen Projektarbeit zu analysieren, Beurteilungen und Lösungen wissenschaftlich fundiert zu erarbeiten und in einem sozialen/unternehmerischen Umfeld zu realisieren.

§ 14
Studienbeginn

Das Studium kann zum Wintersemester aufgenommen werden.

§ 15
Gliederung des Studiums

- (1) Das Studium gliedert sich in vier Semester. Im ersten Semester werden 25 Credits, im zweiten Semester 20 Credits, im dritten Semester 25 Credits und im vierten Semester 20 Credits nach dem Europäischen System zur Anrechnung von Studienleistungen (ECTS) vergeben, insgesamt also 90 Credits; ein Credit entspricht einer studentischen Arbeitsbelastung von 25 Zeitstunden.
- (2) Das Studium ist in Module untergliedert. Module sind in sich abgeschlossene Lehreinheiten, in denen thematisch zusammengehörige Lehrinhalte zusammengefasst sind. Der erfolgreiche Abschluss eines Moduls wird durch eine Modulprüfung dokumentiert, deren Bestehen Voraussetzung für die Vergabe der für dieses Modul ausgewiesenen Credits ist.

§ 16 Inhalt des Studiums

Das Lehrangebot umfasst die im Modulhandbuch näher beschriebenen Pflichtmodule. Es umfasst ein fakultatives Wahlmodul (Mastersymposium).

§ 17 Lehr- und Lernformen

- (1) Es werden folgende Lehr- und Lernformen eingesetzt:
 1. Seminaristischer Unterricht: Vermittlung des Lehrstoffes, die in Form von Präsenzveranstaltungen und/oder Onlinelehre erfolgen kann,
 2. Selbststudium: eigenständige Auseinandersetzung mit studien- und prüfungsrelevanten Inhalten unter Zuhilfenahme ausgehändigter Studienmaterialien, einschließlich der Vor- und Nachbereitung des vermittelten Lehrstoffes der Lehrveranstaltungen. Eine weitere Unterstützung des Selbststudiums kann durch Online-Angebote erfolgen.
- (2) Aus welchen dieser Lehr- und Lernformen sich die einzelnen Module zusammensetzen, ist dem Studienplan (Anlage 2) zu entnehmen.
- (3) Lehrveranstaltungen werden im Regelfall einmal pro Semester und Modul abgehalten. Sie werden durch E-Learningelemente (insbesondere synchrone und/oder asynchrone Online-Lehre) oder in Präsenzveranstaltungen abgehalten.

§ 18 Studienberatung

- (1) Alle Studierenden können sich in allgemeinen Angelegenheiten ihres Studiums vom Büro für Fernstudienangelegenheiten der Hochschule Wismar beraten lassen.
- (2) Die Hochschule Wismar informiert außerdem im Rahmen der allgemeinen Studienberatung über die von ihr getragenen Studienmöglichkeiten.
- (3) Die Beratung zu Fragen der Studiengestaltung einschließlich aller spezifischen Prüfungsangelegenheiten wird von der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften durchgeführt. Die Studienfachberatung sollte insbesondere zu Beginn des Studiums, bei nicht bestandenen Prüfungen und bei Studiengangwechsel in Anspruch genommen werden.
- (4) Die Beratung zu Fragen einzelner Fachmodule liegt in der Verantwortung des jeweiligen Modulverantwortlichen.

VI. Schlussbestimmungen

§ 19 (Übergangsbestimmungen)

§ 20 (Inkrafttreten)

Anlage 1 Prüfungsplan

PM		1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.	
Nr.	Fach	Prüfung	CR	Prüfung	CR	Prüfung	CR	Prüfung	CR
01	Wissenschaftliche Methoden	K120 o. R o. PA o. APL	5						
02	Grundlagen des Marketings	K120 o. R o. PA o. APL	5						
03	Grundlagen des Vertriebs	K120 o. R o. PA o. APL	5						
04	Marketing-& Vertriebscontrolling	K120 o. R o. PA o. APL	5						
05	Unternehmensstrategie	K120 o. R o. PA o. APL	5						
06	Konsumentenverhalten			K120 o. R o. PA o. APL	5				
07	Marketing- & Vertriebsrecht			K120 o. R o. PA o. APL	5				
08	Customer Relationship Management			K120 o. R o. PA o. APL	5				
09	Verhandlungstechnik			K120 o. R o. PA o. APL	5				
Spezialisierung Marketing / Wahlpflicht*									
10	Strategisches Marketing					K120 o. R o. PA o. APL	5		
11	Brand Management					K120 o. R o. PA o. APL	5		
12	Online-Marketing					K120 o. R o. PA o. APL	5		
13	Marktforschung					K120 o. R o. PA o. APL	5		
14	Internationales Marketing					K120 o. R o. PA o. APL	5		
Spezialisierung Vertrieb / Wahlpflicht*									
15	Cross-Channel-Management					K120 o. R o. PA o. APL	5		
16	Verkaufs-psychologie					K120 o. R o. PA o. APL	5		
17	After Sales Management					K120 o. R o. PA o. APL	5		
18	Vertriebsführung					K120 o. R o. PA o. APL	5		
19	Internationaler Vertrieb					K120 o. R o. PA o. APL	5		
20	Mastersymposium								0
21	Master-Thesis							Thesis + Verteidigung	20
Σ			25		20		25		20

Angabe der Arbeitsbelastung der Studierenden gesamt sowie separat nach synchronem Online-Unterricht, Präsenzstudium und Selbststudium.

Erläuterungen:

APL Alternative Prüfungsleistung

CR Credits PM Pflichtmodul

PA Projektarbeit gemäß § 14

R Referat gemäß § 11 Absatz 2

K Klausur, schriftliche Prüfung gemäß § 13

Die Zeiteinheiten nach K entsprechen Minuten.

* Die Studierenden wählen im zweiten Semester Ihre Spezialisierungsrichtung und belegen nur die Module der gewählten Spezialisierung.

Anlage 2 Studienplan

PM		1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.	
Nr.	Fach	SU + S	CR	SU + S	CR	SU + S	CR	SU + S	CR
01	Wissenschaftliche Methoden	8SU + 117S	5						
02	Grundlagen des Marketings	8SU + 117S	5						
03	Grundlagen des Vertriebs	8SU + 117S	5						
04	Marketing- & Vertriebscontrolling	8SU + 117S	5						
05	Unternehmensstrategie	8SU + 117S	5						
06	Konsumentenverhalten			8SU + 117S	5				
07	Marketing- & Vertriebsrecht			8SU + 117S	5				
08	Customer Relationship Management			8SU + 117S	5				
09	Verhandlungstechnik			8SU + 117S	5				
Spezialisierung Marketing / Wahlpflicht*									
10	Strategisches Marketing					8SU + 117S	5		
11	Brand Management					8SU + 117S	5		
12	Online-Marketing					8SU + 117S	5		
13	Marktforschung					8SU + 117S	5		
14	Internationales Marketing					8SU + 117S	5		
Spezialisierung Vertrieb / Wahlpflicht*									
15	Cross-Channel-Management					8SU + 117S	5		
16	Verkaufpsychologie					8SU + 117S	5		
17	After Sales Management					8SU + 117S	5		
18	Vertriebsführung					8SU + 117S	5		
19	Internationaler Vertrieb					8SU + 117S	5		
20	Mastersymposium							Fakultativ	0
21	Masterthesis							2SU + 498S	20
Σ			25		20		25		20

PM = Pflichtmodul
 SU = Seminaristischer Unterricht
 S = Selbststudium
 CR = Credits

* Die Studierenden wählen im zweiten Semester Ihre Spezialisierungsrichtung und belegen nur die Module der gewählten Spezialisierung.

Anlage 3

Diploma Supplement

This Diploma Supplement model was developed by the European Commission, Council of Europe and UNESCO/CEPES. The purpose of the supplement is to provide sufficient independent data to improve the international 'transparency' and fair academic and professional recognition of qualifications (diplomas, degrees, certificates, etc.). It is designed to provide a description of the nature, level, context, content and status of the studies that were pursued and successfully completed by the individual named on the original qualification to which this supplement is appended. It should be free from any value judgements, equivalence statements or suggestions about recognition. Information in all eight sections should be provided. Where information is not provided, an explanation should give the reason why.

1. HOLDER OF QUALIFICATION

- 1.1 **Family Name:**
«nachname»
- 1.2 **First Name:**
«vorname»
- 1.3 **Date, Place, Country of Birth:**
«GebDatum», «gebort», «GeburtslandE»
- 1.4 **Student ID Number or Code:**
not of public interest

2. QUALIFICATION

- 2.1 **Name of Qualification** (full, abbreviated; in original language):
Master of Arts (M.A.)
Title Conferred (full, abbreviated; in original language):
Master of Arts (M.A.)
- 2.2 **Main Field(s) of Study:**
Methods and processes in the field of sales and marketing
- 2.3 **Institution Awarding the Qualification** (in original language):
Hochschule Wismar, University of Applied Sciences: Technology, Business and Design
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften
Status (Type / Control)
University of Applied Sciences/State Institution
- 2.4 **Institution Administering Studies:**
[same]
- 2.5 **Language of Instruction/Examination:**
German

3. LEVEL OF THE QUALIFICATION

3.1 Level:

Second degree

3.2 Official Length of Programme:

2,0 years with Thesis

3.3 Access Requirements:

B.B.A. degree, "Diploma", or Master degree from a national or international institution of higher education having at least 210 credits and working in a profession related to sales and marketing at least one year.

4. CONTENTS AND RESULTS GAINED

4.1 Mode of Study:

Second time, 2 years

4.2 Program Requirements:

The programme confers in-depth skills in selected areas of sales and marketing combined with key qualifications. Emphasis is given to the general methods of sales and marketing, strategic business management, consumer behaviour, sales organisation, international marketing, marketing laws and marketing research. Students have to choose one specialization in either sales or marketing. Throughout the programme these skills are applied to practical problems and interdisciplinary case studies in order to develop problem-solving capacities.

4.3 Program Details:

See Final Examination Certificate (Masterzeugnis) for a list of the subjects offered for final examinations (written and oral) and for the thesis topics, including evaluations.

4.4 Grading Scheme:

General grading scheme cf. Sec. 8.6

4.5 Overall Classification (in original language):

«NN»

Based on weighted average of grades in examination fields.

ECTS – Grading Table

The reference quantity constitutes "xx" completed courses in the period from "dd/mm/yyyy" until "dd/mm/yyyy". The grading table is created after the completion of each semester; this means the graduates of the current semester are not included.

Grade	As a percentage %	Number	Grade range
1,0 to 1,5	x	x	very good
1,6 to 2,5	x	x	good
2,6 to 3,5	x	x	satisfactory
3,6 to 4,0	x	x	sufficient

The individual values are shortened to two decimal places. The sum of percentages may therefore differ slightly from 100%.

5. FUNCTION OF THE QUALIFICATION

5.1 Access to Further Study:

Qualifies the bearer of M.A. degree for admission to doctoral work (thesis research)

5.2 Professional Status:

The M.A. degree qualifies its holder to exercise independent and responsible professional work in the fields of sales and marketing.

6. ADDITIONAL INFORMATION

6.1 Additional Information:

-

6.2 Further Information Sources:

On the institution: www.hs-wismar.de

On the programme: www.wings.hs-wismar.de

For national information sources cf. Sect. 8.8

7. CERTIFICATION OF THE SUPPLEMENT

This Diploma Supplement refers to the following original documents:

Awarded Masters Degree Certificate (Masterurkunde)

Master Degree Certification (Masterzeugnis)

Certification Date: «PruefDatum»

(Official Stamp/Seal)

Chairman

Examination Committee

8. NATIONAL HIGHER EDUCATION SYSTEM: Germany

The information on the national higher education system on the following pages provides a context for the qualification and the type of higher education institution that awarded it (DSDoc 01/03.00).

8. INFORMATION ON THE GERMAN HIGHER EDUCATION SYSTEM¹

8.1. Types of Institutions and Institutional Control

Higher education (HE) studies in Germany are offered at three types of *Hochschulen*²

- *Universitäten* (Universities), including various specialized institutions, comprise the whole range of academic disciplines. In the German tradition, universities are also institutional foci of, in particular, basic research, so that advanced stages of study have strong theoretical orientations and research-oriented components.
- *Fachhochschulen* (Universities of Applied Sciences): Programs concentrate in engineering and other technical disciplines, business-related studies, social work, and design areas. The common mission of applied research and development implies a distinct application-oriented focus and professional character of studies, which include one or two semesters of integrated and supervised work assignments in industry, enterprises or other relevant institutions.
- *Kunst- and Musikhochschulen* (Colleges of Art/Music, etc.) offer graduate studies for artistic careers in fine arts, performing arts and music; in such fields as directing, production, writing in theatre, film, and other media; and in a variety of design areas, architecture, media and communication.

¹ The information covers only aspects directly relevant to purposes of the Diploma Supplement. All Information as of 1 Jan 2000.

² Hochschule is the generic term for higher education institutions.

HE institutions are either state or state-recognized institutions. In their operations, including the organization of studies and the designation and award of degrees, they are both subject to HE legislation.

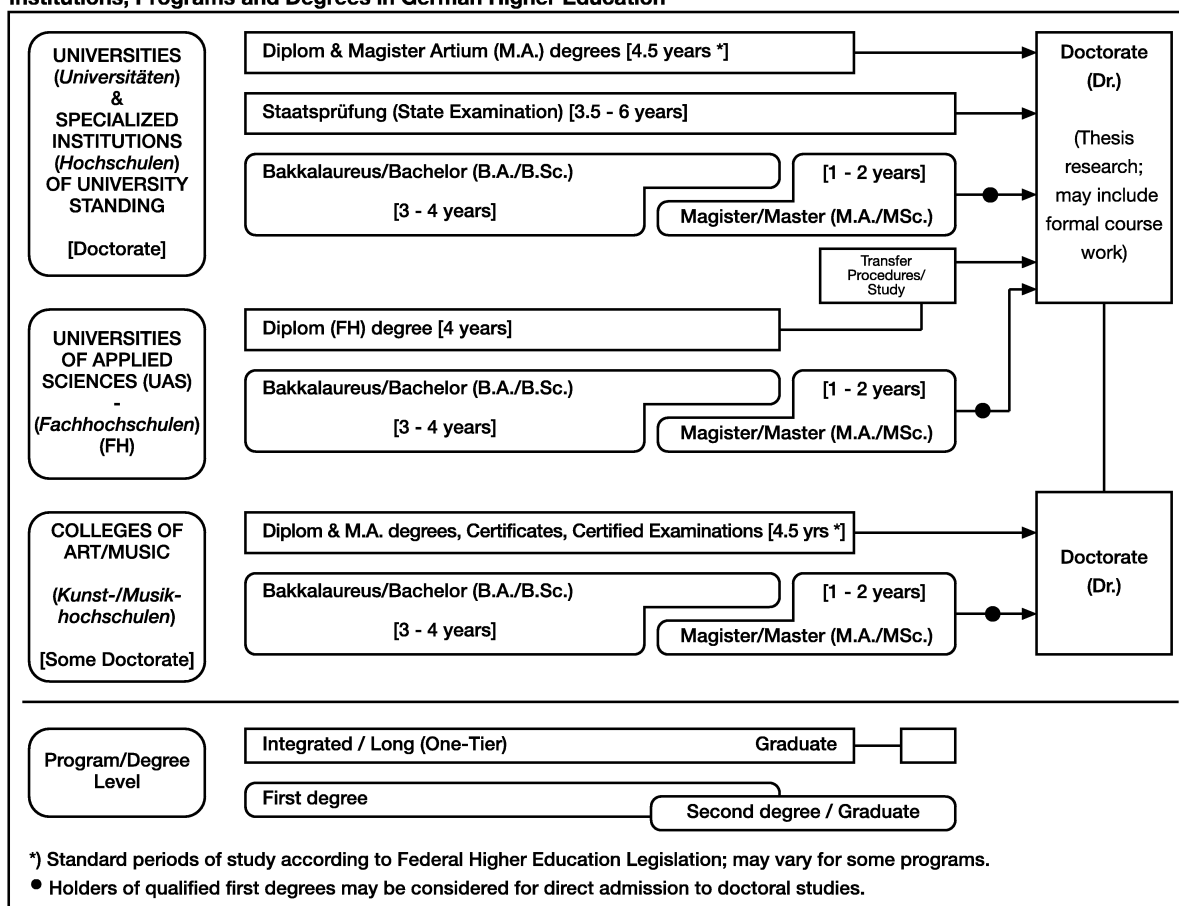
8.2 Types of programs and degrees awarded

- Studies in all three types of institutions are traditionally offered in integrated "long" (one-tier) programs leading to *Diplom-* or *Magister Artium* degrees or completion by a *Staatsprüfung* (State Examination).
- In 1998, a new scheme of first- and second-level degree programs (*Bakkalaureus/Bachelor* and *Magister/Master*) was introduced to be offered parallel to or *in lieu* of established integrated "long" programs. While these programs are designed to provide enlarged variety and flexibility to students in planning and pursuing educational objectives, they enhance also international compatibility of studies.
- For details cf. Sec. 8.41 and Sec. 8.42, respectively. Table 1 provides a synoptic summary.

8.3 Approval/Accreditation of Programs and Degrees

To ensure quality and comparability of qualifications, the organization of studies and general degree requirements have to conform to principles and regulations jointly established by the Standing Conference of Ministers of

Institutions, Programs and Degrees in German Higher Education



Education and Cultural Affairs of the *Länder* in the Federal Republic of Germany (KMK) and the Association of German Universities and other Higher Education Institutions (HRK). In 1999, a system of accreditation for programs of study has become operational under the control of an Accreditation Council at national level. Programs and qualifications accredited under this scheme are designated accordingly in the Diploma Supplement.

8.4 Organization of Studies

8.41 Integrated "Long" Programs (One-Tier):

Diplom degrees, Magister Artium, Staatsprüfung

Studies are either mono-disciplinary (single subject, *Diplom* degrees, most programs completed by a *Staatsprüfung*) or comprise a combination of either two major or one major and two minor fields (*Magister Artium*). As common characteristics, in the absence of intermediate (first-level) degrees, studies are divided into two stages. The first stage (1.5 to 2 years) focuses - without any components of general education - on broad orientations and foundations of the field(s) of study including propaedeutical subjects. An Intermediate Examination (*Diplom-Vorprüfung* for *Diplom* degrees; *Zwischenprüfung* or credit requirements for the M.A.) is prerequisite to enter the second stage of advanced studies and specializations. Degree requirements always include submission of a thesis (up to 6 months duration) and comprehensive final written and oral examinations. Similar regulations apply to studies leading to a *Staatsprüfung*.

- Studies at *Universities* last usually 4.5 years (*Diplom* degree, *Magister Artium*) or 3.5 to 6 years (*Staatsprüfung*). The *Diplom* degree is awarded in engineering disciplines, the exact/natural and economic sciences. In the humanities, the corresponding degree is usually the *Magister Artium* (M.A.). In the social sciences, the practice varies as a matter of institutional traditions. Studies preparing for the legal, medical, pharmaceutical and teaching professions are completed by a *Staatsprüfung*. The three qualifications are academically equivalent. As the final (and only) degrees offered in these programs at graduate-level, they qualify to apply for admission to doctoral studies, cf. Sec. 8.5.
- Studies at *Fachhochschulen (FH)* /Universities of Applied Sciences (UAS) last 4 years and lead to a *Diplom (FH)* degree. While the *FH/UAS* are non-doctorate granting institutions, qualified graduates may pursue doctoral work at doctorate-granting institutions, cf. Sec. 8.5.
- Studies at *Kunst- and Musikhochschulen* (Colleges of Art/Music, etc.) are more flexible in their organization, depending on the field and individual objectives. In addition to *Diplom/Magister* degrees, awards include Certificates and Certified Examinations for specialized areas and professional purposes.

8.42 First/Second Degree Programs (Two-tier):

Bakkalaureus/Bachelor, Magister/Master degrees

These programs apply to all three types of institutions. Their organization makes use of credit point systems and modular components. First degree programs (3 to 4 years) lead to *Bakkalaureus/Bachelor* degrees (B.A., B.Sc.). Graduate second degree programs (1 to 2 years) lead to *Magister/Master* degrees (M.A., M.Sc.). Both may be awarded in dedicated form to indicate particular

specializations or applied/professional orientations (B./M. of ... ; B.A., B.Sc. or M.A., M.Sc. in ...). All degrees include a thesis requirement.

8.5 Doctorate

Universities, most specialized institutions and some Colleges of Art/Music are doctorate-granting institutions. Formal prerequisite for admission to doctoral work is a qualified *Diplom* or *Magister/Master* degree, a *Staatsprüfung*, or a foreign equivalent. Admission further requires the acceptance of the Dissertation research project by a supervisor. Holders of a qualified *Diplom (FH)* degree or other first degrees may be admitted for doctoral studies with specified additional requirements.

8.6 Grading Scheme

The grading scheme usually comprises five levels (with numerical equivalents; intermediate grades may be given): "*Sehr Gut*" (1) = Very Good; "*Gut*" (2) = Good; "*Befriedigend*" (3) = Satisfactory; "*Ausreichend*" (4) = Sufficient; "*Nicht ausreichend*" (5) = Non-Sufficient/Fail. The minimum passing grade is "*Ausreichend*" (4). Verbal designations of grades may vary in some cases and for doctoral degrees. Some institutions may also use the ECTS grading scheme.

8.7 Access to Higher Education

The General Higher Education Entrance Qualification (*Allgemeine Hochschulreife, Abitur*) after 12 to 13 years of schooling gives access to all higher education studies. Specialized variants (*Fachgebundene Hochschulreife*) allow for admission to particular disciplines. Access to *Fachhochschulen/(UAS)* is also possible after 12 years (*Fachhochschulreife*). Admission to Colleges of Art/Music may be based on other or require additional evidence demonstrating individual aptitude.

8.8 National Sources of Information

- *Kultusministerkonferenz (KMK)* [Standing Conference of Ministers of Education and Cultural Affairs of the *Länder* in the Federal Republic of Germany] - Lennéstrasse 6, D-53113 Bonn; Fax: +49/[0]228/501-229; with
 - Central Office for Foreign Education (ZaB) as German NARIC and ENIC; www.kmk.org; E-Mail: zab@kmk.org
 - "Documentation and Educational Information Service" as German EURYDICE-Unit, providing the national dossier on the education system (EURYBASE, annual update, www.eurydice.org; E-Mail eurydice@kmk.org).
- *Hochschulrektorenkonferenz (HRK)* [Association of German Universities and other Higher Education Institutions]. Its "Higher Education Compass" (www.higher-education-compass.hrk.de) features comprehensive information on institutions, programs of study, etc. Ahrstrasse 39, D-53175 Bonn; Fax: +49/[0]228 / 887-210; E-Mail: sekr@hrk.de